

㈲三和園芸　代表取締役

鈴木隆（すずきたかし）

茨城県古河市

1949年生まれ。埼玉県立杉戸農業高校園芸科卒業後、東京都小平市で1年間、さらに、江戸川区にて1年間ホオズキ栽培の研修を受ける。70年三和園芸を創業、ホオズキなど花きの栽培を始める。78年デンマークカクタスを導入。96年有限会社に法人化。同年茨城花き流通センター農業協同組合、理事長に就任（現任）。6年ほど前から屋上緑化用植物栽培事業に取り組む。年商約2億円。

中学生の頃、農業で何人もの社員を雇う経営者になると志を立てた茨城県の農家の長男を、まともに相手にする者はいなかった。経営のイメージはあっても、知識もお金も人脈も不足していた若者は、やがて、ホオズキ、さらにデンマークカクタスと出合い、日本でもトップクラスの生産者へと成長する。三和園芸・鈴木隆社長が手探りでつかみ取った成功は、家族経営の農家が経営者に昇華するには、未知なる道を切り開く、起業家魂が不可欠であることを示唆している。

毎年7月9日と10日の2日間、東京・浅草の浅草寺で「四万六千日の日」に開催される「ほおずき市」は、250もの露店が境内に並び、約40万人もの参拝者、観光客が訪れる、夏の始まりを告げる風物詩である。「四万六千日の日」というのは、その日に参拝すれば4万6000日分の功徳があるとされる特別の日で、1日の参拝で126年分に相当するのだから、一生分どころか、ほぼ二生分にも値する、このうえなくありがたい縁日だ。

「ほおずき市」は、約230年の歴史を持ち、「四万六千日の日」に青ホオズキの実を飲めば、大人は癪（しゃく）の種（腹の立つ原因）を切り、子供は虫の気を封ずるとの伝承に基づく伝統行事。江戸時代には青ホオズキの実は、解熱や婦人の胎熱に特効のある漢方として珍重されていたので、まんざら根拠のない訳でもないようである。

浅草寺の「ほおずき市」に出荷する最大の生産農家

さて、日本の夏を彩るホオズキの最大の生産者が、茨城県古河市にある三和園芸だ。鉢植えのホオズキを育て、竹籠と風鈴を付けて、業者に出荷するまでの一切の業務を請け負っている。

そもそもホオズキは、江戸川区を中心に栽培されてきたが、都市化とともに生産量が減少。代わって古河が、産地として現在は主流を占めているわけだ。元はホオズキとは縁もゆかりもなかったこの地域が、なぜ最大の産地になったのかは、三和園芸、鈴木隆社長の歩みを紐解かなければならない。

「両親は一般的な家族経営の農家で、野菜やコメをつくっていました。私は朝から晩まで夫婦が家の周りで作業する従来型の農業は性に合わない。やりたくない。中学生の頃より、



▶経営者にとって都合がいい時にだけ雇用するようなパートの集め方では、欲しい時に人が来なくなってしまう。そこで施設を導入して安定した年間雇用を目指した。





◀▲カンパニュラは8年ほど前から導入し、三和園芸の経営の柱の1つになっている。かわいい手作りの人形細工を付けて出荷するアイデアは、奥さんの京子さんの発案によるもの。女性をターゲットにした花を販売するための工夫である。

新・農業経営者ルポ／第34回

花き産業の先端を拓いた“雇用できる経営”追求

取材・文／長浜淳之介　撮影／泉田道夫

自分の進路を考えて、自分に備わった条件を生かして何かをしたいと、子供なりにも農業で〝雇用できる経営〟を構想していました。母の実家はサラリーをもらう公務員の家庭だったので、母は私をサラリーマンか公務員にしたかったようです」

鈴木氏は1949年（昭和24年）、2haほどの耕作地を持つ、ごく普通の農家の3人兄弟の長男に生まれている。いわゆる団塊の世代だ。通例ならそのまま継ぐか、サラリーマンをしながら兼業農家を営む道を選ぶだろう。しかし、若い頃からベンチャー精神旺盛であった鈴木氏は、それに反発し断固拒否した。

「経営者になりたい」という夢を、鈴木氏は友人に熱く語ったりもしたが、とても田舎の農家の息子が思いつくような発想ではなかったので、ほら話に聞こえたのか、本気にする者は誰もいなかった。両親も当然、半ば呆れて反対した。

「夢のような話だ!?」

「できるわけがない！」

しかし、鈴木氏は周囲の雑音に耳を貸さず、農業で経営者になるにはどうすればいいか、日々思いを巡らせた。高校は埼玉県立杉戸農業高校園芸科に進んだが、ストレートに花き栽培を目指したのではなく、畜産にも興味があった。そこで、比較検

討した結果、当時畜産公害が問題になっていて業界に逆風が吹いていたことと、規模的に実家を離れないとできないことから、実家の農地を生かせる園芸を選んだ。

高校を卒業してから、東京都小平市で1年間の研修を受けることになる。そうして、どういった花きを栽培すればいいのか、模索していた時に、東京で出会った人脈を通じて、ホオズキの生産をやってみないかと声を掛けられた。

ホオズキの大産地は江戸川区であったが、今後は立ち行かなくなることが目に見えている。どこか地方で後継者になってくれる人を、ちょうど探していたというのだ。

浅草寺の「ほおずき市」を見学したり、実際に生産者を訪ねたりする中で、鈴木氏が着目したのは、この商材独特の流通形態だった。東京都内の市に出店する業者に直接販売できるという点で、非常に面白い。〝雇用できる経営〟に一歩近づけると直感した。

チャンスは逃さない。問題があるのなら技術面だけと考えた鈴木氏は、早速江戸川の元の組合長の生産農家に住み込んで1年間の研修を受けた。

「研修先は、小平のほうは当時10人ほど、江戸川のほうも2、3人を雇っていましたかね。雇用できる農業経営の漠然としたイメージはあっても、まだ先は見えなかったです。迷いながらも、そのために何をしたらいいのか、何を作ったらいいのかを、ずっと考え続けてましたね。本当にできるのかどうか、自信も何もなく、正直苦しかった」

ホオズキの生産を始めたのは、「大阪万博」が開かれた1970年。同時にツツジ、サツキの生産も開始した。特に2月21日は、福岡県久留米市より、クルメツツジを大量に買い込んで苗が届いた、三和園芸の業務開始とも言うべき日で、社の創業記念日となっている。

そうして5反ばかりの実家の屋敷の一角で、鈴木氏は起業した。ささやかだが、大きな一歩であった。

ホオズキは2000鉢からのスタートだった。しかし、思うようなものを作れるまでは3年を要した。研修先の師匠から1年目、2年目は、さんざん喝を入れられたので、3年目に合格と言われた時は本当にうれしかったという。技術的に熟練し、何回も何回も見回って、鉢に鈴木氏の気持ちが籠っていたのが、以前との違いだった。

そうこうしているうちに、「ほおずき市」は右肩上がりの日本経済を表すように年々盛んになり、ホオズキ生産は倍々ゲームで規模を拡大。瞬く間に3万鉢ほどを生産し、10人ほどをパートで雇うようになった。しかし、繁忙期だけは来てもらって、閑散期は休んでもらう、臨時パートに頼った経営は、人が集まらなくなって続かなくなってしまう。

年間雇用を考えないと事業が成り立たなくなると身をもって知った鈴木氏は、冬期の対策に温室が必要と判断。75年には施設を導入した。

「それとパートも10人を超えると、現場にかかりっきりになってしまって、私が情報収集や営業をしに行く時間がなくなって、かえって全体がうまく回らなくなったんです。そこでパートの管理者として、男性の正社員を入れることを考えました。私





◀▲浅草寺の「ほおずき市」で、ホオズキの大半は消費される。鈴木社長は作家・瀬戸内寂聴さんの「動けない植物は、育ててくれる人の足音を聴いている」という言葉に感銘を受け、出荷するまでは可能な限り足を運び、愛情を持って育てることをモットーとしている。最近は、黒ホオズキ、食用ホオズキへの取り組みも始めている。

花き産業の先端を拓いた“雇用できる経営”追求



▶▼デンマークカクタスは12～2月に挿し芽をして、秋から年末にかけて出荷する。三和園芸では3号～10号鉢約20万鉢を出荷する、国内でも代表的な生産者で、鈴木社長は日本デンマークカクタス生産協会の初代会長で、現在は顧問を務めている





▶78年、若く血気盛んだった鈴木社長は、輸入元の赤塚植物園の後押しのもと、日本の名だたる園芸業者に声をかけ、デンマークカクタスの普及団体「マーメイドグループ」を結成した。写真はその頃の宣伝ポスター。

の中でも、雇用の意味が違ってきたということですね」

80年代には三和園芸はホオズキでは最大の生産者に上り詰め、近所の仲間3人を誘って旧三和町をホオズキの大産地に名乗りを上げる原動力となった。現在は1人が生産を中止したので、3人の生産者で作っていることになる。

テレビCMの効果も絶大「デンマークカクタス」ヒット

しかし、鈴木氏率いる三和園芸の経営が現在のような形に発展していくには、基盤としてのホウズキ生産に加えて、「シャコバサボテン」を新しくデンマークで品種改良した、「デンマークカクタス」の導入を待たなければならない。78年のことであった。

東京の知人から「デンマークカクタス」開発の噂を聞きつけ、勝負と見た鈴木氏は、13人の茨城、栃木、愛知、三重の生産者をメンバーに誘って、普及団体の「マーメイドグループ」を結成した。代表者は2～3年で交代して何人かがなったが、企画自体は鈴木氏の提案であった。そもそも、「デンマークカクタス」なる名称は、シャコバサボテンのある一群を指すブランドとして、鈴木氏らが考案したものであった。

当時は景気も良く、税金をこんなにも納めるのなら、宣伝広告費に回したほうがいいと、乗ってくる生産者も結構いたのである。

資金を出し合って、電通に依頼してテレビCMまで作成。全国約1000軒の花屋に、ポスターとデモテープを無料で配布し、女性誌にも宣伝を行なうという、およそ農業の常識を打ち破る、後にも先にも生産者団体ではほとんど例がない、大々的な規模のキャンペーンを行なった。ダンボール、POPなども統一したイメージで訴求した。

不公平感のないように各生産者の鉢の大きさを点数化し、その点数と鉢数を掛けた数値によって、各自の出資額を決めた。そうした計算も、鈴木氏が担当した。

当時のポスターを改めて見てみると、「マーメイドグループ」の気合が伝わってくる。デンマークの街並みを背景に、北欧の妙齢の美女が登場し、キャッチコピーは「見つめられて、愛されて、咲きたいのです。」。まるで、婦人服か化粧品でも宣伝するような、おしゃれな商品イメージで売り出したのであった。

「何千万と広告宣伝費を集めて、足りない分は言い出しっぺの私と、生産量が多かった愛知の梅寿園が負担して、テレビCMを全国ネットで2



▲三和園芸の施設面積は約6,500坪。作業は4つの班のローテーションで行なう。写真左は生産部長の長女ちひろさん。





ホオズキと並んで現在、露地栽培の柱となっている屋上緑化用植物。農地は労働効率を考えて、土地の購入、交換によって、1カ所に集めるよう努力をしてきた。水と肥料を自動灌水システムで管理するなど、省力化の工夫も怠らない。

年間打ちました。ところが東京キイ局のゴールデンタイムは、当時でも15秒のスポットで、60万円もしました。予算の関係上とても無理なので、深夜や早朝、昼過ぎあたりの時間帯に流していました」

それでも宣伝効果は抜群で、生産した鉢は完売。しかも、そうした状況が何年も続いたのである。してやったりだったのだろう。この頃のことを話し出すと、鈴木氏は思わず笑いがこみ上げてきて、相好を崩す。

「マーメイドグループ」は、10年ほど活動後、発展的に解消。現在は「日本デンマークカクタス生産協会」と名を変えて、一般の生産者に間口を広げ、会員約60名で活動を続けている。

「日本中が本当にいい時代でした。イケイケドンドンで。今は厳しくなりましたがねえ」という実感は、農業者だけでなく全国民が感じていることだろう。

デンマークの成功にならい生産者の流通組織を構築

とはいえ、鈴木氏は逆風の中で、手をこまねいていたわけではない。バブル崩壊後の96年には、日本の場合、園芸商品は花き市場を通じて全国に流通する構造にあるので、流通体制を磐石にし、産地間競争に打ち勝つために、茨城県内の鉢物生産者ともども協議を重ね、茨城町内に「茨城花き流通センター農業協同組合」を設立。鈴木氏が初代理事長に就任し、現職にある。

通称「はなぽーと」と呼ぶ流通センターそのものは、面積約1万平方メートルの規模を持ち、国の地域農業基盤確立農業構造改造事業を活用して、総建設費約3億円をかけて完成。98年より稼動している。

現在の組合員数は90、年間約80万ケースを扱い、全国79市場に出荷している。

「県内の生産者を説得するのに、5年間かかりました。茨城ブランドを確立して、いつでも全国の市場に出せる体制をつくるために、各組合員にパソコンを導入し、オンラインで結んで、栽培計画から明日の出荷情報までが事前に全部先方が閲覧できるようなシステムを整えています」

農業生産者のコンピュータネットワークは、全国的にもあまり普及しておらず、それを早い時期に構築した同農協は、非常に先進的な組織であると言えよう。

同農協を設立した思想的背景には、25年ほど前に、鈴木氏がデンマークの「ガサ」という、生産者が結束してつくった流通組織を見学したことがあり、特にデンマークカクタ

花き産業の先端を拓いた“雇用できる経営”追求



▶現状、過当競争の花き業界では、新品種導入でヒットしても、栽培法がようやく確立する2、3年後には売れなくなる。事業を継いでいく子供たちには、難局を打開するたくましさを期待する。

スを開発したPKMの先代社長で「ガサオーデンセ」の理事長だった故ポール・メイソン氏に大いに触発された。デンマークがオランダに伍して、ヨーロッパでトップクラスの花き生産を誇るまでに飛躍したのは、「ガサ」によって、ヨーロッパ各国への流通体制を構築したからであった。

花き専門の流通センターとしては、日本では岐阜に次ぐ2番目で、岐阜も園芸産地として躍進目覚しいという、国内の先例も既にあった。

「農協をつくるのに費やした情熱を、自分の会社に注いだらもっと伸びただろうという人もいます。でも、私はデンマークのガサを見て、業界のため、地域のために、ぜひとも流通センターがなくてはならないと思った。世の中には1人でないとできないこともあれば、1人では決してできないこともあるんです」

そうして、流通体制を同農協を通じて確立する一方、三和園芸は96年に学卒の新入社員を迎え入れるために、福利厚生面を考えて有限会社へと法人化し、組織変更。

現在の経営規模は、古河市旧三和町内に、借地を含めて5haほどの広さにまで拡大している。それに加えて、早期出荷を目的とした高冷地利用の1haほどの広さの施設を、栃木県日光市にも有している。

栽培する花きは、現状、ホオズキ、デンマークカクタス、カンパニュラ、ペラルゴニュウム、屋上緑化用のセダム類などの植物と5本柱となっている。年商は約2億円である。

「一般の人たちに景気回復の実感がない状況では、花きの市場も長期低落傾向からは脱し切れていませんね。それに、最近は流行が早くて新しい品種を導入しても2、3年で飽きられてしまいます。韓国や中国からの鉢物の輸入も、これからは増えていくでしょう」

これから鉢物の市場環境は、ますます厳しくなってくると予想する鈴木氏であるが、そろそろ事業承継を考えるような年齢になった。26歳になる長男の雄大さんは、東京農大を卒業後、昨年デンマークで1年間の研修を終え、現在生産部付となって、経営者になるべく修業中である。

姉のちひろさんは一昨年にベテランの生産部長が急逝し、後任として生産部長に就任している。鈴木氏は「従業員に給料を払っていくのはたいへんなことですし、決して強制はできない」と言いながらも、1からつくりあげた資源を生かして、できれば姉弟で力を合わせて会社を継承発展させていってほしいようだ。

若い頃は〝雇用できる経営〟を目指しながらも、イメージどおりにできず、苦悩のあまり何度か辞めようかと思ったという鈴木氏。農業に経営を持ち込もうとする人に共通する悩みを体験してきた先達として、発する言葉の端々には深みを感じる。



長浜　淳之介

【筆者プロフィール】
1959年兵庫県西宮市生まれ。同志社大学法学部法律学科卒業。株式会社角川春樹事務所など出版社勤務を経て、フリーのライターとなる。ビジネス物においては起業家、ニュービジネス、新規事業、業務改革及び社会貢献性に力点をおいた取材を心がけている。共著に『図解　ICタグビジネスのすべて』（日本能率協会マネジメントセンター）などがある。